



**«Промышленная политика
в Российской Федерации»**

Журнал издается с 1999 г
№ 10-12, 2024

**Состав редакционного совета
журнала «Промышленная политика
в Российской Федерации»**

Рецензенты

- Бахметьев В. А.** Заместитель директора Центра экономического анализа и прогнозирования в промышленности, к.э.н.
Воскресенский В. Ю. доцент кафедры экономики, к.э.н.
Вострикова С. М. НИИ медицины и труда, к.э.н.
Знаменский В. В. профессор, Московский Государственный машиностроительный университет «МАМИ», к.э.н.
Илларионов Ю. Н. доцент кафедры экономики, к.т.н.
Киселев В. В. доцент кафедры экономики, к.э.н.
Макарова М. В. начальник управления НИР Московского политехнического института, к.соц.н.
Мирошников С. Н. Действительный государственный советник РФ 3 класса, д.э.н.
Смольников А. С. Институт экономики и бизнеса, к.э.н., проф
Толмачева И. В. Московский международный университет, к.э.н.
Флеров О. В. зав. каф. экономики Института экономики и управления в промышленности, к.пед.н.

Над выпуском журнала работали:

Главный редактор: Рябинин Алексей Валерьевич, д.э.н.

Составители: Зайцев Виталий Юрьевич,
Филимонова Татьяна Александровна,
Блинова Ирина Анатольевна

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА

Авдеев А. А.

«Владимирской области 80 лет:
сохраняя промышленное наследие прошлого,
формируем инновационное производство
будущего» 2

**ПРЕДПРИЯТИЕ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Шолохов С. А., Конышев П.Н.

«Система обучения работников:
опыт и проблемы
в современных условиях» 12

ИННОВАЦИИ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Рябинин А. В., Зайцев В. Ю.

«Роль маркетинга в инновационном развитии
компаний» 19

Издатель:

Институт экономики и управления в промышленности

Адрес: 105203, Москва, ул. 15-я Парковая, д. 8

Тел. (499) 461-32-95 press@msu-press.ru

ISSN электронной версии: 2949-3072

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия ПИ № ФС77-29261 от 23.08.2007 г.

Правообладателем авторских прав на информационные и графические материалы, опубликованные в журнале и на сайтах издания, является издатель.

При перепечатке материалов ссылка на журнал «Промышленная политика в Российской Федерации» обязательна.

**Владимирской области 80 лет:
сохраняя промышленное наследие прошлого,
формируем инновационное производство будущего**

*Авдеев Александр Александрович,
Губернатор Владимирской области*

Аннотация. В статье говорится об успехах и достижениях в экономическом и промышленном развитии Владимирской области, отметившей в 2024 году своё 80-летие. На сегодняшний день этот регион обладает значительным промышленным потенциалом и является одним из самых динамично развивающихся в Центральной России. Рассказывается о новейших разработках в различных отраслях, о новых технологиях, которые применяются для создания новейших инновационных продуктов. Подчеркивается, что политика органов государственной власти Владимирской области направлена на повышение её инвестиционной привлекательности и создание благоприятных условий для инвесторов, на укрепление её экономических позиций как внутри страны, так и за её пределами, на выполнение социальных обязательств и создание таким образом надёжной основы для дальнейшего развития этого региона.

Ключевые слова: оптимизация бизнес-процессов, диверсификация промышленности, региональные институты развития, госпрограмма, экономические зоны, научно-технический потенциал, импортозамещение, инновационное производство.

**Vladimir region is 80 years old:
preserving the industrial heritage of the past,
we form innovative production of the future**

*Alexander Avdeev,
Governor of the Vladimir region*

Annotation. The article talks about the successes and achievements in the economic and industrial development of the Vladimir region, which celebrated its 80th anniversary in

2024. Today, this region has significant industrial potential and is one of the most dynamically developing in Central Russia. It tells about the latest developments in various industries, about new technologies that are used to create the latest innovative products. It is emphasized that the policy of the state authorities of the Vladimir region is aimed at increasing its investment attractiveness and creating favorable conditions for investors, strengthening its economic position both inside and outside the country, fulfilling social obligations and thus creating a reliable basis for the further development of this region.

Keywords: optimization of business processes, industrial diversification, regional development institutions, state program, economic zones, scientific and technical potential, import substitution, innovative production.

Владимирская область в современных границах была образована 14 августа 1944 года и в этом году отметила свое 80-летие.

Регион входит в состав Центрального федерального округа, имеет выгодное географическое положение: граничит с Московской, Ярославской, Ивановской, Рязанской и Нижегородской областями.

Площадь Владимирской области составляет 29 000 кв. км, численность населения – 1,3 млн человек.

Наш регион обладает богатой историей, культурным, духовным наследием, здесь расположены бесценные памятники архитектуры, входящие в сокровищницу ЮНЕСКО. Областной центр – город Владимир – стал местом зарождения всемирно известного туристического маршрута «Золотое Кольцо России», который в 2027 году отметит свое 60-летие. В этот маршрут входит любимый миллионами туристов город-музей Суздаль. В 2024 году он отмечает свое 1000-летие и встречает особенно много гостей.

Поездки во Владимирскую область набирают все большую популярность в связи с возможностями содержательного отдыха, улучшающейся туристической инфраструктурой и удобным дорожно-транспортным сообщением. Последний фактор также положительно сказывается на деловой активности.

Область пересекают три важные железнодорожные магистрали: Москва – Нижний Новгород, Москва – Ярославль, Москва – Казань, у нас развитая сеть автомобильных дорог. В 2023 году в регионе завершилось строительство участка скоростной федеральной автомагистрали М-12 «Восток». Новая трасса не только еще больше улучшила транспортную доступность Владимирской области, она обеспечила серьезный мультипликативный эффект по ряду

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА

отраслей экономики: способствовала созданию логистических и распределительных центров, складских комплексов, создала условия для реализации новых инвестиционных проектов, прежде всего в районах нахождения транспортных развязок. Они получили дополнительный импульс к развитию.

Для частных инвесторов запуск движения по М-12 способствует снижению логистических затрат и, как следствие, оптимизации бизнес-процессов.

Владимирская область относится к числу субъектов Российской Федерации с выраженной индустриальной специализацией: на промышленность у нас приходится почти 40 % валового регионального продукта, при этом доля обрабатывающей промышленности – 34,4 %.

При отсутствии значительных запасов природных ресурсов промышленный комплекс региона представлен в основном обрабатывающими производствами (порядка 90 % в структуре объема отгруженной продукции).

В условиях санкционных вызовов последних трех лет удалось сохранить положительную динамику ключевых показателей региональной промышленности:

- индекс промышленного производства по итогам работы за 2023 год составил 109,3 %, в том числе в обрабатывающих производствах – 110,8 %, в январе-сентябре 2024 года – 109,3 %, 109,8 % соответственно;

- объем отгруженной продукции собственного производства в 2023 году достиг 860 млрд руб., за 9 месяцев 2024 года – 755 млрд руб.

Наш регион является лидером по выпуску целого ряда промышленной продукции. Она производит 91,2 % от объема российского выпуска стеклянных сосудов; 71,1 % тканей из стекловолокна и 44,4 % изделий из стекловолокна; 56,4 % матрасов; 36 % тканей льняных; 32,8 % стрелочных переводов; 28,9 % вакцин и анатоксинов, применяемых в ветеринарии; 27,8 % линолеума.

Отличительной особенностью региональной промышленности является ее диверсификация. Отрасль представлена целым рядом направлений: машиностроение, стекольная, химическая, легкая, деревообрабатывающая промышленность, разработка и выпуск фармацевтических препаратов и многое другое.

Один из основных драйверов экономики – машиностроительный комплекс, где темпы роста достигают от 16 % до 40 %. Другие секторы, например, химическое производство и резиновых и пластмассовых изделий, также в плюсе – на 16 % и 25 % соответственно.

Регион всегда славился стекольной промышленностью. На древней Владимирской земле до сих пор работают заводы, история которых насчитывает не одну сотню лет. Во второй половине XVIII века был заложен фунда-

мент в развитие стекольного производства – основан стекольный завод, который и сегодня радует нас своей продукцией, это Гусевской хрустальный завод имени Мальцова.

Стекольная промышленность региона – многопрофильный комплекс, состоящий из производителей листового и специального стекла, стеклотары, стеклянной посуды, стекла для автомобилей. В последние годы отрасль получила новый импульс к развитию. С 2024 года реализуется региональный проект «Развитие стекольной промышленности Владимирской области».

В регионе разработан и действует комплекс мер государственной поддержки, направленных на развитие промышленности, при этом особое внимание уделяется важнейшим для технологического суверенитета отраслям.

Успешно функционируют региональные институты развития, работа которых направлена на повышение конкурентоспособности областных производителей, оказание содействия проведению политики социально-экономического развития и импортозамещения на территории региона.

В рамках реализации модели экономического развития создана специализированная организация по привлечению инвестиций – Агентство экономического развития Владимирской области, основной целью которого является оказание услуг в сфере привлечения инвестиций, развития экономического и инвестиционного потенциала, сопровождения инвестиционных проектов, по принципу «одного окна», а также содействия социально-экономическому развитию области.

Работает АНО «Региональный центр компетенций в сфере производительности труда Владимирской области» (АНО «РЦК»). Цель АНО «РЦК» – реализация на предприятиях-участниках мероприятий по повышению производительности труда через внедрение принципов бережливого производства в рамках национального проекта «Производительность труда» и регионального проекта «Информационно-консультационная поддержка субъектов деятельности в сфере промышленности, расположенных на территории Владимирской области, по повышению производительности труда». Реализация данных мероприятий должна привести к ежегодному 5 % приросту производительности труда на предприятиях-участниках.

С целью оказания содействия областным товаропроизводителям по выходу на зарубежные рынки, а также увеличения экспортного потенциала региона организована работа регионального Центра поддержки экспорта.

Единым оператором по созданию и развитию доступной инфраструктуры для размещения производственных и иных объектов инвесторов (промышленных парков и технопарков), действующих в рамках рыночных механизмов, выступает АО «Корпорация развития Владимирской области».

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА

Областным производителям открыт доступ к цифровой платформе Государственной информационной системы промышленности (ГИСП), регистрация в которой дает возможность поиска новых партнёров и рынков сбыта, расширения производственных возможностей и стратегического планирования долгосрочного развития. Сервис «Навигатор мер господдержки» на базе ГИСП помогает находить программы поддержки, подходящие для конкретного бизнеса.

Отдельные мероприятия, направленные на содействие развитию импортозамещающих производств, реализуются в рамках действующей государственной программы «Развитие промышленности Владимирской области, повышение ее конкурентоспособности и обеспечение импортозамещения» (далее – госпрограмма).

Среди основных мероприятий госпрограммы – создание инновационного и научно-исследовательского комплекса, обеспечение роста производительности труда на промышленных предприятиях области; продвижение конкурентоспособной продукции на внутренних и внешних рынках сбыта; создание условий для замещения импортируемых промышленных товаров, оборудования и компонентов, организации современных производств по выпуску импортозамещающей продукции с целью обеспечения технологической, товарной и компонентной независимости, диверсификация производства, расширение номенклатурного ряда производимой продукции.

Правительство региона уделяет большое внимание адресной поддержке предприятий. В целях повышения эффективности работы механизмов господдержки, привлечения предприятий к использованию льготных займов организациями, осуществляющими деятельность в сфере промышленности, в том числе на условиях софинансирования с федеральным Фондом развития промышленности создано НО «Фонд развития промышленности Владимирской области» (далее – Фонд). В период 2022-2024 годов Фондом оказана финансовая поддержка субъектам деятельности в сфере промышленности более чем на 380 млн рублей.

В 2024 году Фонд ввел в работу Промышленный портал кооперации Владимирской области, основным назначением которого является предоставление инструмента обмена информацией между промышленными предприятиями региона. Единый информационный ресурс, содержащий сведения о промышленном комплексе региона, призван объединить актуальную информацию о действующих в регионе мерах государственной поддержки, инструментах развития отрасли.

В 2023 году Правительством Владимирской области заключено соглашение с Минпромторгом России о предоставлении субсидии на реализацию

проекта ООО «Промышленный технопарк «Муроммаш». ООО «Муромский машиностроительный завод», на базе которого будет строиться Промышленный технопарк «Муроммаш», является одним из лидеров на рынке комплектующих для автомобильной, дорожно-строительной техники и рельсового транспорта.

Промышленный технопарк мехатроники и точного машиностроения «Муроммаш» в интересах автомобилестроения, станкостроения и научно-исследовательской деятельности реализуется совместно с Российской академией наук, ФГУП «НАМИ», ПАО «КАМАЗ». Масштабы сотрудничества с крупными предприятиями позволят достичь повышения конкурентоспособности экономики Владимирской области.

В 2025 году на реализацию проекта ООО «Промышленный технопарк «Муроммаш» запланированы бюджетные ассигнования в размере 348,837 млн рублей, из которых 300 млн рублей – средства федерального бюджета, 48,8 млн рублей – из бюджета Владимирской области.

Исходя из структуры экономики области, во взаимодействии с предприятиями формируются новые особые экономические зоны и перспективные промышленные центры.

На территории Ковровского района развивается особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Доброград-1». Суммарный объем инвестиций в течение 5 лет составит 20 млрд рублей с созданием 3 тыс. рабочих мест. «Доброград-1» является местом формирования компетенций и развития мебельного кластера благодаря крупнейшему российскому производителю товаров для сна – Группы компаний «Аскона». Штаб-квартира компании находится в Доброграде – первом городе, построенном частным инвестором, развитие которого идет параллельно с развитием ОЭЗ «Доброград-1».

На территории двух муниципальных районов: Киржачского и Александровского – создана ОЭЗ ППТ «Владимир» с совокупным объемом инвестиций порядка 19 млрд рублей в ближайшие 3 года и созданием свыше 1,8 тысяч новых рабочих мест. В рамках второй особой экономической зоны развиваются:

- промышленный технопарк радиоэлектронной промышленности «Алмазная долина» в Александровском районе, перспективные направления деятельности которого направлены на импортозамещение и создание компонентной базы – производство изделий технического назначения на основе моно- и поликристаллов алмаза; синтез объемных монокристаллов карбида кремния; создание приборов и комплектующих изделий электронной компонентной базы;

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА

- промышленный технопарк инженерных, климатических систем и электроники «Русклимат – ИКСЭл» в городе Киржаче, который стал первым промышленным технопарком в ЦФО, включенным в федеральный реестр, и четвертым в России. Резидентами выступают высокотехнологичные предприятия полного цикла с глубокой автоматизацией, высоким уровнем локализации производства. Обеспечена работа Центра импортозамещения климатического и теплового оборудования. Общий объем производства превышает 11 млн единиц продукции в год.

Владимирская область обладает значительным научно-техническим потенциалом, характеризующимся высокой долей продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей, которая составляет 19,7 % в валовом региональном продукте (в среднем по РФ – 18,5 %).

Для поддержки фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований, направленных на решение задач социально-экономического развития Владимирской области, и реализации механизма привлечения федерального софинансирования в 2022 году подписано соглашение с Российским научным фондом (РНФ).

С 2022 года проводятся региональные конкурсы РНФ. Предоставление грантов осуществляется РНФ ежегодно с 2022 года на паритетных условиях финансирования со стороны РНФ (50 %) и со стороны Владимирской области (50 %). Гранты выделяются РНФ на осуществление фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований. Средства гранта могут быть использованы на заработную плату, закупку оборудования и материалов. Софинансирование грантов на реализацию проектов осуществляется в форме субсидии РНФ из областного бюджета, ежегодно с 2022 по 2024 годы в объеме 15 млн рублей, в планах на 2025-2027 годы – 15,5 млн рублей.

В работе по развитию многоотраслевого промышленного потенциала региона большое внимание уделяется инновационным разработкам. В целях активного развития и продвижения инновационной продукции в 2024 году Владимирская область заключила договор с Ассоциацией экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации «Ассоциация инновационных регионов России» (АИРР), объединяющей 19 регионов страны с высоким уровнем развития в сфере новых технологий.

АИРР содействует реализации инициатив, направленных на поддержку проектов в инфраструктурной, научно-технической, инновационной и образовательной сферах, которые развивают регионы-участники. Сотрудничество с АИРР открывает доступ к лучшим практикам в сфере инноваций.

В настоящее время научными исследованиями и разработками в регионе занимаются 30 организаций, успешно развиваются и решают прикладные задачи для промышленного сектора. Численность работников, выполняющих научные исследования и разработки свыше 4 тыс. человек. Уровень инновационной активности организаций составляет 12,4% (в среднем по ЦФО – 12%, по РФ – 11,3%).

Ведущими организациями региона, осуществляющими научные исследования и разработки являются: АО «ВНИИ «Сигнал», Конструкторское бюро «Арматура» – филиал АО «ГКНПЦ имени М.В. Хруничева», ОАО «Специальное конструкторское бюро приборостроения и автоматики», ФГБУ «Федеральный центр охраны здоровья животных», ФГБНУ «Федеральный исследовательский центр вирусологии и микробиологии», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», ФГБОУ ВО «Ковровская государственная технологическая академия имени В.А. Дегтярева» и другие.

Промышленные предприятия, используя собственные разработки, а также совместно с научно-исследовательскими институтами страны и ведущими областными вузами, решают комплексные задачи по проектированию и внедрению в производство инновационных видов продукции, новых технологий.

Компания АО «РМ Нанотех» создала новый продукт – обратноосмотический модуль среднего давления, имеющий высокие транспортно-селективные свойства; выпустила обновление программного обеспечения NanotechROCAD, предназначенного для оценки характеристик проектируемых установок обратного осмоса, использующих фильтрующие элементы ТМ «Мембраниум» (Membranium).

На производственных площадках компании АО «ГЕНЕРИУМ», расположенных во Владимирской области и Москве, начиная с 2009 года осуществляется успешное импортозамещение более 10 биотехнологических лекарственных препаратов, ни один из которых до этого не производился в России. Особый акцент делается на таких лекарственных средствах, производство которых, как правило, осуществляется только одной или узким кругом предприятий в странах ЕС, США и Японии.

Предприятием разработаны и запущены в производство: оригинальный диагностический препарат Диаскинтест; организовано производство трех основных генно-инженерных факторов свёртывания крови (ранее никогда не производились в нашей стране); препараты для пожизненной терапии редких наследственных заболеваний – это биоаналоги препаратов Тигераза® (дорназа альфа), Элизария® (экулизумаб) и Глуразим® (имиглюцераза). Потребность

в терапии на 100% закрывалась импортом из стран ЕС и США. С 2019 года более 5 тысяч детей получают терапию отечественными препаратами.

АО «ГЕНЕРИУМ» выпускает единственный в мире зарегистрированный аналог швейцарского препарата Генолар® (омализумаб) – препарат для терапии бронхиальной астмы.

В 2023 году компанией зарегистрированы первые в России биоаналоги ромиплостима и ранибизумаба; биомедицинский клеточный продукт Изитенс® для терапии повреждений хряща коленного сустава; в 2024 году аналог антисмыслового олигонуклеотида нусинерсена – препарат Лантесенс® для терапии спинальной мышечной атрофии.

Во Владимирском государственном университете (ВлГУ) разрабатывается модульная компьютерная периферия для людей с поражением опорно-двигательного аппарата с возможностью адаптации. Проект стал победителем программы «Старт-1», реализуемой Фондом содействия инновациям. По итогам экспертной оценки проект ученого ВлГУ получил грант в размере 4 млн рублей.

Для реализации проекта создано малое инновационное предприятие при ВлГУ. Планируется развернуть производство модульной компьютерной периферии и снизить зависимость российского рынка средств реабилитации от импорта. В результате реализации данного проекта на рынок страны будет выведена новая линейка продукции, направленная на улучшение жизни людей с ограниченными возможностями здоровья, на повышение их занятости. Предложенная компьютерная периферия и наработки в данной сфере могут быть также применены в образовании и абилитации инвалидов.

Большинство национальных целей развития страны требуют консолидации всех ресурсов независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности. Для системного включения частных инициатив в национальные проекты утверждён национальный стандарт (ГОСТ) оценки деловой репутации на основе ЭКГ-рейтинга ответственного бизнеса (ЭКГ: «Экология. Кадры. Государство»).

С целью повышения мотивации компаний для развития собственного бизнеса и увеличения притока инвестиций в экономику во Владимирской области впервые в России в 2022 году был принят закон о развитии ответственного ведения бизнеса на основе ЭКГ-рейтинга. В 2024 году традиционный Владимирский инвестиционный конгресс реформатируется во Всероссийский ЭКГ-форум ответственного бизнеса «Инвестиции в устойчивое развитие» и выступит дискуссионной площадкой для обсуждения вопросов, связанных с применением ЭКГ-рейтинга и дальнейшим распространением

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА

принципов ответственного ведения бизнеса в нашей стране. Мероприятие проводится при поддержке и участии Полномочного представителя Президента Российской Федерации в Центральном федеральном округе Игоря Олеговича Щеголева.

Владимирская область сегодня – это один из самых динамично развивающихся регионов в Центральной России. Политика органов государственной власти региона направлена на повышение его инвестиционной привлекательности и создание благоприятных условий для инвесторов, на укрепление экономических позиций области внутри России и за рубежом, на выполнение социальных обязательств. Стабильная политическая обстановка, устойчивая социально-экономическая ситуация, значительный промышленный потенциал создают надежную основу для ее дальнейшего развития.

Система обучения работников: опыт и проблемы в современных условиях

Шолохов С. А.,

старший преподаватель кафедры

Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет

SPIN-код: 2875-8425, AuthorID: 768926

Коньшев П.Н.

студент 5 курса

Институт экономики управления в промышленности

Аннотация. Статья посвящена вопросу обучения работников. Основной целью исследования является рассмотрение форм, методов и принципов обучения персонала, а также проблем в российской практике. Особое внимание уделено современным методам обучения и развития персонала, не получивших пока широкого распространения в России, такими как, например, коучинг. В наше время главные инвестиции, которые принесут организации высокую прибыль, качественные услуги и продукты - это сотрудники. Сотрудники, способные решить любую задачу и побороть любую проблему. Создать такую команду, можно только при наличии в организации надёжной и прогрессивной системы обучения.

В настоящий момент основную роль в управлении персоналом играет обучение работников предприятия. Настрой служащих на выполнение поставленных задач – основная задача сотрудников по управлению персоналом. В эпоху научно-технического прогресса, высокого уровня образования, компьютеризации, автоматизации и информатизации производства, усложнения бизнес-процессов, обучение персонала обретает существенное значение в области управления предприятием.

Еще более актуальным обучение персонала делает текущий мировой экономический кризис и антироссийские санкции. Предприятиям требуются хорошо подобранные, надежные и стремящиеся к трудовой самореализации личности, и перспективные сотрудники. В таких условиях встает вопрос о новых методах организации обучения сотрудников предприятия.

По данной тематике имеется достаточно много научных трудов российских и зарубежных ученых. таких, как П. Н. Якобсон, В. Г. Афанасьев, В. Г. Асеев, И. В. Бестуже Ив-Лада, В. М. Баранов, А. Г. Вельш, Г. Х. Гендлер, Г. Л. Журавлёва, А. Г. Здравомыслов, В. С. Магун, Г. Х. Попов, Т. Н. Мухамбетов, А. А. Ручка, В. А. Ядов, О. А. Соколова, а также и Ч. Барнард, Дж. Адаме, А. Маслоу, В. Врум.

Сегодня на российских предприятиях система обучения далека от совершенства, так как не привязана к конечному результату трудовой деятельности работников предприятия. Как правило, у работника имеется некий опыт, приобретенный либо в процессе обучения в ВУЗе, или опыт, приобретенный на предыдущих местах работы.

Обучение является важнейшим звеном системы управления персоналом, которое связано с процессами организационного развития, с работой по достижению стратегических целей организации и обеспечивает максимальную готовность людей, работающих в организации, к решению стоящих перед ними задач.

Основная цель обучения персонала - обеспечить такую подготовку кадров, которая позволит качественно выполнять возложенные на них функции и обязанности, задачи и работы. Управление персоналом на предприятии выстраивается как система и каждое конкретное направление деятельности в этой сфере (отбор, оценка, обучение, стимулирование персонала) должно подчиняться единой общей цели - обеспечению эффективной работы организации и ее динамичного развития. Обучение должно быть тесно увязано со всеми другими направлениям работы и поддерживать их.

Для новых работников обучение следует сразу за процедурой отбора, в ходе которого выявляется потребность новых работников в обучении. При этом входное обучение тесно связано с процессом их адаптации к работе в организации.

Для кадровых работников обучению часто предшествует ежегодная оценка рабочих показателей (аттестация). В процессе оценки рабочих показателей уточняется потребность работников в обучении для приведения в соответствие уровня их квалификации установленным в организации требованиям

и стандартам. При этом могут быть выявлены работники, имеющие недостаток профессиональной подготовки, которые могут улучшить свои производственные показатели в результате обучения, а также те работники, чей потенциал позволяет выдвинуть их в резерв на продвижение, что также требует проведения соответствующего развивающего обучения. Работники предприятия должны видеть перспективу своей работы. Планирование обучения для перспективных работников является отдельным направлением, реализуемым в рамках внутрифирменного обучения персонала.

В зависимости от размеров организации работа в сфере обучения персонала может быть построена по-разному:

1. В крупных организациях создаются специализированные подразделения, занимающиеся обучением персонала. Многие российские и зарубежные компании имеют собственные учебные центры. Они занимаются как подготовкой по рабочим специальностям, так и обучением специалистов, руководителей и резерва на руководящие должности. Их основная задача - это развитие и повышение потенциала человеческих ресурсов с целью повышения конкурентоспособности своих компаний. Некоторые создают структурное подразделение, которые выполняют функции «мозгового центра». Как правило, оно входит в структуру отдела персонала.

2. В небольших фирмах работа по обучению и развитию персонала может выполняться в рамках традиционного отдела кадров. В этом случае обучение персонала реализуется исключительно силами внешних организаций, которое специализируется на профессиональной подготовке различных категорий работников. Работа по обучению и повышению квалификации персонала организации строится в соответствии с утвержденным положением, в котором указаны основные направления обучения и порядок работы по обучению и повышению квалификации. Этот отдел является частью кадровой службы (отдела персонала). Авторитет руководителя, который возглавляет отдел обучения, уступает авторитету тех руководителей, с которыми ему нужно взаимодействовать в процессе своей работы.

Среди задач, решаемых руководителями и специалистами отделов обучения, при разработке системы внутрифирменного обучения, можно выделить следующие:

Стратегические – руководитель отдела обучения совместно с вышестоящим руководством формулирует общий план деятельности в сфере обучения и повышения квалификации персонала.

Исследовательские – сбор информации до, вовремя и после обучения различных категорий персонала, ее анализ и обобщение полученных результатов – это задачи, которые необходимо решить при определении потребности работников организации в обучении и при разработке структуры и содержания учебных программ.

Методические – подбор методов обучения и разработка программ повышения квалификации и развития персонала. Это такие методы и формы обучения, которые помогают организации в достижении целей (повышение качества товаров и услуг, снижение себестоимости продукции, формирование новой организационной культуры, повышение отдачи от каждого работника).

Организационные – в решении этой задачи должны участвовать не только представители кадровой службы, но руководители всех уровней. Обучение персонала должно опираться на четкое распределение ответственности, ясную систему планирования и контроля.

Современные программы профессионального обучения представляют собой сочетание различных приемов подачи материалов – деловых игр, лекций, моделирование и другое.

Существует множество методов развития профессиональных знаний и навыков. Они разделяются на три большие группы – традиционные методы обучения, методы активного обучения и методы профессионального обучения.

К традиционным методам обучения относят лекции, семинары и учебные кино и видеофильмы. Эти методы используются при передаче и закреплении различных знаний.

Активные методы обучения большое внимание уделяют практической отработке передаваемых знаний, умений и навыков. Они имеют ряд преимуществ: облегчается восприятие нового материала, шире используется опыт слушателей, получая возможность четко увидеть модели эффективного и неэффективного поведения. К активным методам относят тренинги, программированное обучение, компьютерное обучение, групповые обсуждения, деловые и ролевые игры, ролевое моделирование, разбор практических ситуаций и баскет-метод.

На этапе обучения большинство отечественных компаний ограничиваются типовыми методами.

Универсального метода обучения, пожалуй, не существует, но можно составить под свой план профессионального развития программу, сочетающую несколько способов овладения материалом.

Однако перечень инструментов, применяемых для тех же задач в мировой практике, значительно шире. Рассмотрим современные методы обучения и развития персонала, не получившие пока широкого распространения в России.

Коучинг (от англ. coaching) – инструмент личностного и профессионального развития, формирование которого началось в 70-е гг. XX века. Корни его надо искать в спортивном тренерстве, позитивной, когнитивной и организационной психологии, в стремлении людей к осознанной жизни и постоянному, целенаправленному развитию.

Основная цель этого метода развития – сформировать у сотрудника умение самостоятельно находить решение проблем. В основном, коучинг ориентирован на управленческий кадровый резерв и проводится как индивидуально, так и для группы.

Наблюдение за сотрудником – на сегодняшний день самый популярный за рубежом метод обучения персонала. Суть его заключается в наблюдении за действиями сотрудника компании и изучении особенностей его работы. Подопечный становится «тенью» опытного специалиста в реальной рабочей обстановке и постоянно находится рядом с ним в течение одного - трех дней. Он вправе обсуждать все рабочие моменты не только со «старшим», но и с другими сотрудниками, а также узнавать об особенностях той или иной должности. Можно стать «тенью» любого специалиста организации – от линейного работника до менеджера высшего звена, в зависимости от того, какие навыки требуется сформировать.

Нужно понимать, что в наше время главные инвестиции, которые принесут организации высокую прибыль, качественные услуги и продукты – это сотрудники. Сотрудники, которые сформировали крепкую и надёжную команду. Сотрудники, способные решить любую задачу и побороть любую проблему. Создать такую команду, можно только при наличии в организации надёжной и прогрессивной системы обучения.

Заключение. Решение проблемы недостатка сотрудников может происходить не только через найм персонала, однако, и путем переобучения существующих работников.

При переобучении работников и формировании кадрового резерва у компании есть козырь: внутренние сотрудники уже знают культуру организации, адаптация на новой должности пройдет значительно быстрее и легче как для сотрудника, так и для его наставника, руководителя.

По результатам исследования в компании ООО «ЛАДОМЕД» было подтверждено предположение о неоднородности кадровой политики по обучению

персонала, многие могут не согласиться с жесткими требованиями и стандартами, который должен соблюдать каждый сотрудник, эти требования очень подробно описаны и касаются внешнего вида и поведения в торговом зале и общения с клиентами и т.д. Сотрудники, которые не выдерживают таких жестких требований и что приходится очень много учить материала и посещать тренинги, конечно уходят и в компании конечно есть текучесть кадров, но все-таки главная мотивация это заработанная плата и премии.

Люди - база любой организации. Ни одна организация в отсутствие человеческих ресурсов никак не сумеет добиться собственных целей. Из данных следует, что управление трудовыми ресурсами – один из важных качеств управления организацией в целом.

Несомненно, что управление персоналом является одним из важнейших аспектов теории и практики управления.

От обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят объем и своевременность выполнения всех работ, объем продаж, а, следовательно, и их себестоимость, прибыль предприятия и ряд других экономических показателей.

При проведении анализа движения персонала с целью предотвращения массовых увольнений необходимо в каждом конкретном случае разбираться с причиной увольнения работника. Как показывает практика, в основном это неудовлетворенность размером получаемой заработной платы, но как мы разбирали ранее, все-таки в компании ООО «ЛАДОМЕД» причина увольнения жесткие требования к выполнению стандартов компании, физический труд, обязательное посещение тренингов и прохождение аттестации. Для того чтобы готовить и обучать сотрудника в компании важно учитывать много факторов – это компетентная и развивающаяся служба управления персоналом, адаптация персонала, стратегия и тактика работы с подчиненными, методы руководства подчиненными, индивидуальный подход к каждому сотруднику, проведение аттестации.

Эффективная работа компании в условиях постоянно возрастающей конкуренции невозможна без повышения эффективности работы на всех уровнях организации, от квалифицированных сотрудников напрямую прибыль компании, успех и процветание.

Литература:

1. Моргунов, Е. Б. Управление персоналом: исследование, оценка, обучение: учебник для вузов / Е. Б. Моргунов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 424 с.
2. Управление персоналом в России: история и современность. Книга 1: монография / под ред. А. Я. Кибанова. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 240 с.
3. Управление персоналом в России: от эго- к экосистеме. Книга 9: монография / под ред. И. Б. Дураковой. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 281 с.
4. Чуланова, О. Л. Управление персоналом на основе компетенций: монография / О. Л. Чуланова. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 122 с.

Роль маркетинга в инновационном развитии компании

*Рябинин Алексей Валерьевич,
научный руководитель, д.э.н., доцент*

*Зайцев Виталий Юрьевич,
аспирант*

Институт экономики и управления в промышленности, г. Москва

e-mail: ryabinin@rosinstitut.ru

SPIN-код: 3173-3408, AuthorID: 1163988

Аннотация. На сегодняшний день основными направлениями успешного развития любой компании, дальнейшего ее роста и функционирования является маркетинговая и инновационная деятельность. Для того, чтобы успешно реализовывать созданный инновационный продукт одной его новизны недостаточно, необходима еще и рекламная привлекательность этого продукта. На непрерывное совершенствование новых товаров и услуг, на внедрение новых разработок средств и методов, способствующих повышению эффективности деятельности компании и ориентирован инновационный маркетинг.

Ключевые слова: инновации, маркетинг, стратегический маркетинг, оперативный маркетинг, цифровизация.

The role of marketing in the innovative development of the company

Alexey V. Ryabinin,

Scientific supervisor, Doctor of Economics, Associate Professor

Vitaly Y. Zaitsev, graduate student

Institute of Economics and Management in Industry, Moscow

Annotation. Today, the main directions of successful development of any company, its further growth and functioning are marketing and innovation activities. In order to successfully implement an innovative product, its novelty alone is not enough, the advertising attractiveness of this product is also necessary. Innovative marketing is focused on the continuous improvement of new products and services, on the introduction of new developments of tools and methods that contribute to improving the efficiency of the company's activities.

Keywords: innovation, marketing, strategic marketing, operational marketing, digitalization.

В последние годы в экономике России наблюдается повышенный интерес компаний к инновационному пути развития. Этому способствует высокий уровень конкуренции среди производителей, старающихся предложить рынку более качественные и усовершенствованные товары и услуги, которые бы больше пользовались спросом у потенциальных клиентов и потребителей. Но для того, чтобы компания сумела занять лидерские позиции, повысив свою конкурентоспособность, ей необходимо заниматься разработкой и внедрением инноваций, осуществлять их коммерциализацию, реализовывать различные маркетинговые мероприятия. На сегодняшний день маркетинг является действенным инструментом инновационного развития любого предприятия. Благодаря маркетингу разрабатываются и распространяются различные инновации, формируются предпочтения потребителей товаров и услуг, а компании имеют возможность быстро реагировать на малейшие изменения внешней среды и меняющийся спрос потребителей на инновационную продукцию.

Маркетинг включает в себя анализ, планирование и контроль за инновационной деятельностью предприятия. Целью маркетинга является не только сохранение компанией существующих позиций на рынке сбыта, но и создание новых рынков для реализации созданной инновационной продукции. От эффективности применяемой компанией маркетинговой стратегии, ориентированной на создание инновационного продукта исключительной потребительской ценности, зависит ее способность добиться и сохранить на рынке свое конкурентное преимущество, усилить свои инновационные ключевые компетенции, чутко реагировать на быстрые изменения потребностей рынка и осуществлять разработку и внедрение новых инновационных продуктов и технологий. В этом заключается комплексный маркетинговый подход к развитию инновационной деятельности предприятия. Необходимо также отметить, что обмен и коммуникации между компаниями и потребителями инновационных

продуктов должны быть выстроены таким образом, чтобы они способствовали наиболее полному и эффективному совпадению спроса и предложения. Маркетинговые технологии должны постоянно выявлять новые требования, которые потребитель предъявляет к качеству инновационных продуктов и услуг и способам их доведения до потребителя.

Маркетинг – это концепция предпринимательской деятельности и политики целенаправленного использования системы рыночных инструментов для достижения предпринимательских целей благодаря наиболее полному удовлетворению потребностей клиентов [1, с. 11].

Основной целью маркетинга является успешное продвижение товара на рынке и получение максимально возможной прибыли за счет увеличения объемов продаж и(или) снижения издержек производства. Маркетинг помогает компаниям достичь увеличения рентабельности производства, обеспечить свою финансовую устойчивость, завоевать рынок и укрепиться на нем.

К основным инструментам маркетинга относят изучение рынка и потребителя, рекламу продукта, ценовую политику, сбытовую политику, тактику обслуживания клиентов. Маркетинговые инструменты помогают компаниям вызывать интерес к своей продукции, привлекать клиентов, удерживать их и мотивировать на совершение покупки.

Основу системы инструментов маркетинга составляют следующие элементы: товар, цена, сбыт, продвижение. Именно с помощью этих элементов компании добиваются выполнения своих стратегических целей, например, таких, как активное привлечение новой целевой аудитории, увеличение объемов продаж, продвижение продукции на существующем рынке и выход на новые рынки сбыта, выведение на рынок новых товаров или услуг.

Формирование необходимого набора маркетинговых инструментов происходит в зависимости от сложившейся ситуации на рынке, исходя из цели компании, размера бюджета, который компания готова потратить на продвижение своей продукции, специфики этой продукции.

Так, например, если компания хочет повысить узнаваемость бренда своей продукции, то ей лучше использовать наружную и нативную рекламу, контент-маркетинг. Если компания будет работать с существующей базой клиентов, то ей следует использовать Email-маркетинг и программы лояльности. Если компании необходимо вывести на рынок какой-нибудь новый продукт, то в этом случае ей целесообразно использовать видеорекламу и нативную рекламу у блогеров.

Следует отметить, что сфера маркетинга быстро и активно развивается. Компаниям необходимо постоянно следить за изменениями, происходящими на рынке и в поведении потребителей, регулярно пересматривать выбор

инструментов и корректировать их применение в зависимости от этих изменений. На сегодняшний день, чтобы занять лидирующую позицию на рынке, компания должна мгновенно адаптироваться к происходящим переменам и найти эффективные решения. Все больше и больше современные цифровые технологии внедряются в различные сферы жизни и производства. Растет количество применения голосовых помощников, интеллектуальных чат-ботов, усложняются модели искусственного интеллекта, внедряются гиперконвергентные и Cloud-Native инфраструктуры, запускается беспилотный транспорт. Цифровизация постепенно охватывает все традиционные сектора экономики и является одной из форм инновационного развития.

Все инновации приводят к появлению новых товаров и услуг. На их непрерывное совершенствование и ориентирован инновационный маркетинг, направленный на внедрение новых разработок средств и методов, способствующих повышению эффективности деятельности компании. Различают два вида инновационного маркетинга: стратегический и оперативный.

Стратегический маркетинг включает в себя стратегические маркетинговые исследования, необходимые для оценки конъюнктуры рынка, его сегментации, формирования спроса и определения модели поведения потребителя.

Оперативный маркетинг основывается на вариантной оценке, сборе данных о рыночной среде, конкурентах, потребителях, спросе. он определяет цель реализации продукции.

Маркетинг все активнее интегрирует в жизнь покупателей электронную коммерцию, спрос на услуги, которой постоянно повышается. Этому способствует ускоренное развитие цифровых технологий, появление новых цифровых платформ и новых сервисов. Инновационность товара помогает его продвижению на рынке. Цифровые технологии лежат в основе разработки продукта и его совершенствования, облегчают процесс коммуникации компании с потребителем.

Учитывая то, что интерес к нововведениям и инновациям, как к основному фактору, способствующему укреплению позиций компании на рынке, постоянно растет, можно сделать вывод, что маркетинговая и инновационная деятельность являются основными направлениями ее успешного функционирования и дальнейшего роста. Но одной лишь промышленной новизны для реализации инновационного продукта недостаточно, необходима еще и его рекламная привлекательность.

Список источников

1. Современный маркетинг: учебник / под ред. В. В. Герасименко. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2023. – 476 с. ISBN 978-5-907690-21-9
2. Савицкий, И. К. Инновационные технологии современного маркетинга / И. К. Савицкий. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 26 (421). — С. 203-205. — URL: <https://moluch.ru/archive/421/93635/> (дата обращения: 04.12.2024).
3. Шендо М. В., Свиридова Е. В. Влияние цифровых технологий на современные тренды инновационного маркетинга в коммуникациях с потребителем. // Вестник АГТУ. – 2022. – № 1 (73). – С. 63-69. ISSN 1812-9498

References

1. Modern marketing: textbook / edited by V. V. Gerasimenko. – M.: Faculty of Economics of Lomonosov Moscow State University, 2023. – 476 p. ISBN 978-5-907690-21-9
2. Savitsky I. K. Innovative technologies of modern marketing / I. K. Savitsky. — Text: direct // Young scientist. — 2022. — № 26 (421). — Pp. 203-205. — URL: <https://moluch.ru/archive/421/93635/> / (date of reference: 04.12.2024).
3. Shendo M. V., Sviridova E. V. The influence of digital technologies on modern trends in innovative marketing in consumer communications. // Bulletin of the AGTU. – 2022. – № 1 (73). – Pp. 63-69. ISSN 1812-9498